

STRATEGI HUMAS DALAM MENINGKATKAN PELAYANAN PASIEN RAWAT JALAN SEBAGAI RUMAH SAKIT BERAKREDITASI INTERNASIONAL

(Studi Kasus Pada RSUP Persahabatan Jakarta)

Dwi Fathiannisa

Sri Ekowati P

ABSTRAK

Keberadaan rumah sakit memberikan kesempatan pada pasien dalam menentukan rumah sakit mana yang dianggap sesuai dengan kebutuhannya, sehingga rumah sakit tersebut diharapkan memiliki pelayanan yang berkualitas dan berorientasi kepada kepuasan pasien. Strategi humas dalam meningkatkan pelayanan rumah sakit yang terpenting di mata pasien adalah mampu menyelesaikan dan menangani keluhan pasien. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Bagaimana Strategi Humas RSUP Persahabatan Dalam Meningkatkan Pelayanan Pasien Rawat Jalan Sebagai Rumah Sakit Berstandar Internasional. Peneliti meneliti kejadian yang terjadi didalam RSUP Persahabatan menggunakan pendekatan kualitatif dengan sifat deskriptif dan menggunakan metode studi kasus. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa adanya kesan serta tanggapan yang positif dari pasien yang berobat di RSUP Persahabatan yang berdampak pada timbulnya *trust*/ kepercayaan masyarakat terhadap RSUP Persahabatan sehingga sangat berdampak terhadap peningkatan kualitas pelayanan.

Kata Kunci: Strategi Humas dan Kualitas Pelayanan

PENDAHULUAN

Public Relations yang biasa disingkat “PR” atau Hubungan Masyarakat mempunyai hubungan yang sangat erat sekali dengan kemajuan-kemajuan dalam masyarakat diberbagai bidang baik di Negara yang sudah maju maupun negara-negara yang sedang berkembang terutama di Indonesia. Humas (*public relations*) adalah fungsi manajemen yang mengevaluasi opini, sikap, dan perilaku publik, mengidentifikasi kebijakan-kebijakan dan prosedur-prosedur suatu individu

atau sebuah organisasi dengan kepentingan publik, dan merencanakan serta melaksanakan program aksi memperoleh pengertian dan dukungan publiknya.

Keberadaan *Public Relation* (PR) dalam sebuah lembaga atau instansi dapat menjadi jembatan penghubung antara lembaga tersebut dengan publiknya. Pentingnya keberadaan PR ini tidak terlepas dari peran PR yang menjadi penunjang bagi tercapainya tujuan yang ditetapkan oleh suatu manajemen

dalam sebuah organisasi. Praktisi PR dituntut untuk mengkoordinasikan atau mengelola pemanfaatan sumber daya organisasi untuk penyelenggaraan komunikasi 2 arah antara organisasi dan publiknya. Oleh karena itu, diperlukan berbagai macam strategi yang tepat demi tercapainya tujuan yang telah ditetapkan.

Strategi humas adalah strategi yang diarahkan untuk meningkatkan mekanisme komunikasi dua arah antara lembaga dengan sasaran humas agar hasil-hasil yang dicapai oleh lembaga dapat dikenal oleh sasaran humas, sehingga sasaran humas akan ikut berpartisipasi aktif dalam mewujudkan tujuan lembaga.

Peranan humas bagi sebuah rumah sakit sangatlah penting dalam menghadapi, mengatasi, membendung, memulihkan, dan meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap kegiatan yang dilakukan oleh instansi. Humas merupakan ujung tombak dalam program atau kegiatan yang dilakukan rumah sakit, baik itu kegiatan yang bersifat institusional maupun kegiatan-kegiatan sosial kemasyarakatan yang mampu mendekatkan hubungan baik antara rumah sakit dengan masyarakat luas.

Saat ini masalah kesehatan menjadi kebutuhan pokok bagi setiap orang. Kesehatan adalah hak setiap orang, dimana kebutuhan untuk hidup sehat merupakan salah satu kebutuhan pokok minimal yang harus dipenuhi oleh seseorang maupun bagi masyarakat, karena kesehatan merupakan suatu produk yang tiada hentinya serta hasil pembinaan yang menyatu antara sehat jasmani, sehat rohani dan sehat sosial.

Bagi anggota masyarakat pelayanan jasa kesehatan merupakan

kebutuhan yang bersifat mendesak dan harus dipenuhi, karena sektor pelayanan kesehatan saat ini sudah semestinya mendapatkan perhatian khusus dan mudah terjangkau oleh seluruh lapisan masyarakat. Dengan semakin meningkatnya kemudahan untuk mengakses informasi seiring dengan meningkatnya pendidikan dan ilmu pengetahuan maka semakin tinggi pula, tuntutan masyarakat terhadap mutu pelayanan kesehatan yang menyebabkan banyaknya pasien mencari rumah sakit yang dianggap lebih memberikan pelayanan yang lebih bermutu dan terbaik.

Seiring dengan pertumbuhan jumlah penduduk, kebutuhan layanan kesehatan semakin meningkat. Sehingga keberadaan rumah sakit memberikan kesempatan pada pasien dalam menentukan rumah sakit mana yang mereka anggap sesuai dengan kebutuhannya, sehingga rumah sakit tersebut diharapkan memiliki pelayanan yang berkualitas dan berorientasi kepada kepuasan pasien.

Banyak masyarakat yang mengeluh dan rasa tidak puas dengan pelayanan yang diberikan oleh rumah sakit, baik dari segi pemeriksaan yang kurang diperhatikan oleh petugas kesehatan, keterampilan petugas, sarana/fasilitas yang kurang memadai, serta waktu tunggu yang lama untuk mendapatkan pelayanan. Rendahnya kinerja pelayanan akan membangun citra buruk pada Rumah Sakit, dimana pasien yang merasa tidak puas akan menceritakan kepada rekan-rekannya, begitu sebaliknya semakin tinggi kinerja pelayanan yang diberikan akan menjadi nilai plus bagi Rumah Sakit, dalam hal ini pasien akan puas terhadap pelayanan yang diberikan.

Waiting Times/waktu tunggu adalah lamanya waktu pasien

menunggu pelayanan kesehatan sampai mendapat resep dari dokter, menunggu dalam waktu yang lama menyebabkan ketidakpuasan pasien/pelanggan. Mengurangi waktu tunggu dapat meningkatkan kepuasan pasien di Rawat Jalan. Penyebab utama lamanya waktu pelayanan pada pasien yaitu lamanya waktu pendaftaran diloket, terbatasnya jumlah dokter, pasien yang banyak, serta terbatasnya staf pelayanan kesehatan.

Rumah sakit sebagai organisasi pelayanan kesehatan haruslah memberikan pelayanan yang bermutu kepada masyarakat. Oleh karena itu, rumah sakit memiliki kewajiban meningkatkan mutu pelayanannya. Pemerintah telah membuat kebijakan berkaitan dengan peningkatan mutu yang harus dijalankan oleh rumah sakit. Kebijakan tersebut tertuang dalam UU nomor 44 tahun 2009 tentang rumah sakit dimana dalam pasal 40 tercantum bahwa upaya peningkatan mutu pelayanan rumah sakit wajib dilakukan akreditasi secara berkala, minimal tiga tahun sekali. Proses akreditasi ini dilaksanakan oleh suatu lembaga independen baik dari dalam negeri seperti halnya Komisi Akreditasi Rumah Sakit maupun dari luar negeri seperti *Joint Commission International* sesuai dengan standar akreditasi yang berlaku.

Akreditasi JCI (*Joint Commission International*) adalah berbagai inisiatif yang dirancang untuk menanggapi meningkatnya kebutuhan seluruh dunia akan sebuah sistem evaluasi berbasis standar dibidang pelayanan kesehatan. Sedangkan Menurut Direktur Jenderal Bina Upaya Kesehatan bahwa yang dimaksud dengan akreditasi JCI adalah untuk menjawab tantangan era

globalisasi dan pasar bebas yang menuntut peningkatan standar mutu dalam berbagai pelayanan, termasuk pelayanan kesehatan maka pelayanan kesehatan bermutu tinggi di rumah sakit menjadi hal yang mutlak. Hal ini agar rumah sakit dapat berkompetisi baik di tingkat regional, nasional maupun internasional serta dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat sehingga dapat mengurangi keinginan masyarakat untuk berobat ke luar negeri dan mencegah keluarnya devisa negara.

Dengan adanya akreditasi JCI (*Joint Commission International*) bertujuan untuk menawarkan kepada masyarakat mengenai proses objektif untuk mengevaluasi organisasi pelayanan kesehatan yang berbasis standar. Secara garis besar JCI mempunyai 14 komponen standar yang terbagi menjadi dua fokus utama, yaitu fokus pada pasien dan fokus pada manajemen pelayanan. Saat ini menurut data *JCI-Accredited Organizations* diakses pada 11 Oktober 2019, sebanyak 31 rumah sakit di Indonesia telah menyandang gelar rumah sakit berakreditasi Internasional.

Beberapa tahun terakhir ini, diketahui bahwa terdapat kecenderungan masyarakat Indonesia yang berobat ke luar negeri terus meningkat. Hal ini terlihat dari jumlah data *International Medical Travel Journal* tahun 2015, sebanyak 600.000 pasien Indonesia berobat ke luar negeri per tahun menghabiskan 100 triliun. Hal ini tentunya merupakan ironi mengingat bahwa kemajuan ilmu dan teknologi dalam bidang kesehatan di Indonesia tidaklah jauh berbeda dibandingkan dengan keadaan di luar negeri. Banyak pakar dan fasilitas hebat yang dimiliki Indonesia tetapi kurang

dimanfaatkan atau kurang dihargai oleh masyarakat, terutama bagi kalangan masyarakat menengah ke atas. Singapura, Malaysia, Thailand dan Cina merupakan negara yang paling banyak didatangi pasien asal Indonesia.

Berkaitan dengan hal tersebut, liputan6.com memuat berita pada (26 Juli 2019) mengenai “Banyak Pasien Berobat ke Luar Negeri Jadi Cambuk Pelayanan Kesehatan Musti Tingkatkan Kualitas” Menteri Kesehatan Nila F. Moeloek mengungkapkan ada triliunan rupiah yang dikeluarkan masyarakat Indonesia untuk berobat ke luar negeri. Fenomena ini seharusnya bisa mendorong pelayanan kesehatan rumah sakit di Indonesia menjadi lebih baik. Tidak hanya dari sisi teknologi dan keahlian tenaga kesehatan, juga perilaku, kesantunan, dan keramah-tamahan. Lalu Ketua Perhimpunan Rumah Sakit Seluruh Indonesia, dr. Kuntjoro Adi Purjanto, mengatakan masalah kepercayaan masyarakat pada tenaga kesehatan juga menjadi bagian dari fenomena ini.

Selain itu, pada tahun yang sama informasi yang dimuat oleh republika.co.id pada (22 Juli 2019) mengenai “Ini Alasan Orang Indonesia Pilih Berobat ke Luar Negeri” Ketua Perhimpunan Onkologi Indonesia (POI), Aru Wisaksono Sudoyo, mengatakan pasien biasanya mencari tempat yang paling nyaman untuk berobat, serta negara lain dituju untuk mencari *second opinion*. Namun *second opinion* jadi kebiasaan sehingga walau diagnosis dilakukan di Indonesia, pasien mencari *second opinion* di negara lain.

Lalu, Berikut ini adalah alasan bagi sebagian pasien yang memilih

untuk berobat ke luar negeri yang dimuat pada okezone.com (06 Desember 2018) mengenai “Alasan Orang Indonesia Lebih Pilih Berobat ke Luar Negeri” sebagai berikut:

Alasan pertama adalah karena kualitas mutu pelayanan di luar negeri sudah jauh lebih baik. Lalu, masyarakat Indonesia menganggap masih banyak dokter di Indonesia itu tidak friendly. Padahal, orang Indonesia sangat terkesan ramah dan murah senyum. Tapi, fakta berkata demikian. Selain itu, teknologi dan obat-obatan lebih canggih menjadi alasan orang Indonesia berobat keluar negeri. Beberapa juga menganggap kalau rumah sakit di luar negeri itu lebih aman, nyaman, dan bersih. Serta Dokternya perhatian dan jujur, tidak materialistik, dan dokter hanya fokus pada 1 tempat saja.

Faktor penyebab terjadinya peningkatan kebiasaan berobat ke luar negeri sesuai dengan fenomena diatas sangat bervariasi. Hal tersebut tentu menjadi kendala serius khususnya bagi jasa pelayanan kesehatan di Indonesia. Padahal, bisa ditegaskan di sini bahwa tenaga medis di Indonesia dan rumah sakitnya banyak yang sudah sangat baik dalam memberikan pelayanan kesehatan. Bahkan, standar kerjanya tidak jauh berbeda dengan dokter di luar negeri.

Terciptanya hubungan baik yang harmonis dan efektif serta mampu meningkatnya kepuasan masyarakat, akan menentukan suatu opini publik dan terwujudnya tingkat kepercayaan yang menguntungkan terhadap suatu instansi. Eksistensi Humas dalam menjaga hubungan, baik ke dalam (internal) maupun ke luar (eksternal) difungsikan untuk mendapatkan *good will* dan *good image* di masyarakat.

Pelayanan yang baik akan memberikan kepuasan kepada pengunjung atau pelanggan. Kepuasan dapat membentuk persepsi dan hal ini akan memposisikan jasa pelayanan di mata pengunjung atau pelanggannya. Hal itu penting sebagai acuan dalam pembenahan kualitas pelayanan, sehingga pelayanan yang diberikan bisa memberikan pada tingkat yang optimal.

Peneliti memilih objek penelitian pada RSUP Persahabatan karena RSUP Persahabatan adalah sebuah rumah sakit pemerintah dengan kelas A dan Pada tanggal 7 November 2016 Menteri Kesehatan telah menetapkan RSUP Persahabatan sebagai Rumah sakit Rujukan Respirasi Nasional, yang artinya bahwa Rumah sakit dipandang mampu menjadi lokomotif yang mendorong kemajuan pelayanan kasus penyakit Respirasi di Indonesia. Sebagai Rumah sakit Rujukan Respirasi Nasional maka RSUP Persahabatan dituntut untuk mampu memberikan pelayanan berkualitas Internasional, maka untuk mencapai tujuan tersebut dilakukan pembenahan-pembenahan baik fisik maupun sistem yang mengacu pada standar Internasional. Akhirnya pada 30 Maret 2019 RSUP Persahabatan telah berhasil mencapai prestasi istimewa dengan meraih 4 sertifikasi mutu sekaligus, yaitu Lulus akreditasi JCI edisi 6, lulus Akreditasi KARS Internasional, lulus Akreditasi KARS SNARS edisi 1 Paripurna, dan Lulus ISO 9001:2015 tahun ketiga untuk pengadministrasian (Keuangan, SDM, Umum, dan Diklat). Dengan demikian maka RSUP Persahabatan saat ini merupakan rumah sakit di Indonesia yang memegang 2 sertifikasi akreditasi dari 2 badan akreditasi Nasional dan Internasional.

Namun, sebagai rumah sakit berstandar Internasional RSUP Persahabatan kurang mendapatkan apresiasi dari masyarakat. Hal ini dapat dilihat dari makin banyaknya masyarakat Indonesia yang berobat ke luar negeri demi mendapatkan pelayanan kesehatan yang berkualitas. Untuk itu dalam meningkatkan pelayanan dan meningkatkan citra rumah sakit agar lebih baik lagi, peran humas melakukan fungsi strategi yang lebih mengedepankan pelayanan dari fungsi rumah sakit yang sebenarnya, yaitu menilai sikap dan persepsi dari setiap kelompok masyarakat terhadap rumah sakit untuk memahami aspirasi dan harapan mereka selama mendapatkan pelayanan. Selanjutnya humas merencanakan dan melaksanakan suatu program dan komunikasi kepada masyarakat untuk mendapatkan pengertian, penerimaan, minat dan dukungan dari seluruh kelompok masyarakat.

Strategi humas dalam meningkatkan pelayanan rumah sakit yang terpenting di mata pasien adalah dalam upaya menyelesaikan dan menangani keluhan pasien. Dalam menindak lanjuti kekecewaan yang di buat rumah sakit dan ketidakpuasan atau keluhan pasien, sebaiknya tidak dengan cara defensif, melainkan menunjukkan upaya dan berusaha memperbaiki pelayanan. Kepuasan pasien terhadap respons yang diberikan rumah sakit akan sangat menentukan persepsi pasien terhadap rumah sakit serta citra rumah sakit di mata masyarakat akan menjadi baik.

Dari uraian di atas, dapat diketahui bahwa humas RSUP Persahabatan memiliki peran penting dalam proses meningkatkan pelayanan sebagai rumah sakit standar internasional. Berdasarkan

penjelasan uraian-uraian di atas, maka peneliti tertarik untuk meneliti tentang **“Strategi Humas Dalam Meningkatkan Pelayanan Pasien Rawat Jalan Sebagai Rumah Sakit Berstandar Internasional (Studi Kasus pada Rumah Sakit Umum Pusat Persahabatan Jakarta)**

Fokus Penelitian

Dari uraian latar belakang diatas, maka peneliti lebih memfokuskan mengenai Strategi Humas Dalam Meningkatkan Pelayanan Pasien Rawat Jalan Sebagai Rumah Sakit Berstandar Internasional (Studi Kasus pada Rumah Sakit RSUP Persahabatan Jakarta)

Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang masalah yang sudah dikemukakan diatas, pokok permasalahan dalam penelitian ini adalah

“Bagaimana Strategi Humas RSUP Persahabatan Dalam Meningkatkan Pelayanan Pasien Rawat Jalan Sebagai Rumah Sakit Berstandar Internasional?

Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan diatas, tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Bagaimana Strategi Humas RSUP Persahabatan Dalam Meningkatkan Pelayanan Pasien Rawat Jalan Sebagai Rumah Sakit Berstandar Internasional.

Manfaat Penelitian

a. Manfaat Akademis

Manfaat teoritis dalam penelitian ini diharapkan dapat memberikan bahan

masuk dalam pembelajaran dibidang Ilmu Komunikasi khususnya dibidang Humas. Selain itu penelitian ini diharapkan dapat menjadi suatu bahan acuan dan pedoman untuk mendukung mereka yang melakukan penelitian dengan objek yang sejenis.

b. Manfaat Praktis

Melalui penelitian ini diharapkan adanya kegunaan praktis yang dapat dijadikan sebagai bahan masukan (*feedback*) dan evaluasi bagi Humas RSUP Persahabatan Dalam Meningkatkan Pelayanan Sebagai Rumah Sakit Berstandar Internasional.

LANDASAN TEORI

Teori *Servqual*

Service quality lebih lazim disingkat *Servqual* dengan huruf **S** dan **Q** kapital. Kata ini berawal pada tahun 1983 ketika tiga sekawan yang terdiri dari *Valerie A. Zeithaml*, *Leonard L. Berry* dan *A Parasuraman* melakukan penelitian mengenai bagaimana memaksimalkan kualitas dari setiap pelayanan.

Berdasarkan temuan empiris mengenai kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan, kualitas pelayanan *merupakan* salah satu awal dari sebuah kepuasan dan loyalitas (kesetiaan) dan konsekuensi dari kepuasan tersebut.

Menurut Zeithaml et. Al. (dalam Hardiansyah, 2011:40) *Servqual merupakan* suatu metode yang diturunkan secara empiris yang dapat digunakan oleh organisasi pelayanan untuk meningkatkan kualitas pelayanan. Metode ini meliputi pengembangan pemahaman mengenai kebutuhan layanan yang dirasakan oleh pelanggan. Hal ini

diukur dari persepsi kualitas layanan bagi organisasi yang bersangkutan. Analisis kesenjangan yang dihasilkan kemudian dapat digunakan sebagai panduan untuk peningkatan kualitas layanan.

Dari beberapa penelitian yang sudah dilakukan mengenai kualitas pelayanan merupakan seperti yang dilakukan oleh Sum dan Hui ditemukan bahwa kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, telah ditemukan bahwa harapan pelanggan akan pelayanan dan persepsi mereka terhadap kinerja pelayanan menjadi penentu utama kepuasan pelanggan dan hubungan jangka panjang antara pelanggan dengan perusahaan.

Menurut Fandy Tjiptono (2016:136-137) Awalnya ditemukan 10 dimensi dasar yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Kesepuluh dimensi tersebut adalah:

- 1) *Tangibles*
- 2) *Reliability*
- 3) *Responsiveness*
- 4) *Competence*
- 5) *Courtesy*
- 6) *Credibility*
- 7) *Security*
- 8) *Access*
- 9) *Communication*
- 10) *Understanding the Customers*

Akhirnya, dalam analisis tersebut terbentuk 5 dimensi baru seperti yang telah banyak dikenal saat ini. Kelima dimensi tersebut sering juga disingkat *TARRE*, agar lebih mudah mengingatnya.

1. *Tangibles*

Dimensi pertama *Tangibles* (fisik). Pelanggan akan puas jika penampilan gedung perusahaan baik,

karyawan menggunakan seragam yang rapih agar ada perbedaan antara pelanggan dengan karyawan sehingga memudahkan pelanggan mengenali dan dapat meminta pelayanan dengan cepat. Selain seragam dan gedung, tempat parkir, ruang tunggu, toilet, penunjuk arah, brosur dan berbagai bentuk fisik lainnya yang termasuk dalam dimensi ini.

2. *Assurance (Competence, Courtesy, Credibility, Security)*

Dimensi kedua adalah *Assurance* (Keyakinan), dimensi ini ditunjukkan oleh kemampuan karyawan memberikan keyakinan kepada pelanggan dalam melakukan transaksi dengan perusahaan. Keyakinan ini karena karyawan mampu menjawab kebutuhan dan pertanyaan klien, karena setiap perusahaan memiliki *Standard Operation Procedural* (SOP) yang rapih, karena perusahaan memiliki teknologi yang handal, dan perusahaan serta karyawan memiliki produk dan *service* yang konsisten.

3. *Reliability*

Dimensi ketiga adalah *Reliability* (Keandalan), dimensi ini ditunjukkan oleh kemampuan karyawan dan perusahaan memenuhi semua janji-janjinya, baik yang dijanjikan melalui iklan maupun janji-janji yang diucapkan oleh *frontliner* dan lainnya. Kemudian, dimensi ini juga ditunjukkan juga oleh kemampuan perusahaan memberikan produk dan pelayanan yang benar pertama kali (*Performing service right at the first time and providing service at the promised time also Maintaining error – free records*).

4. *Responsiveness*

Dimensi keempat adalah *Responsiveness* (Responsif), dimensi ini ditunjukkan oleh kemampuan karyawan dan perusahaan dalam

memberikan informasi mengenai hak-hak yang seharusnya diberikan kepada pelanggan. Sigap dalam memenuhi kebutuhan pelanggan serta memiliki keinginan untuk terus membantu pelanggan.

5. *Emphaty* (Access, Communication dan Understanding the Customers)

Dimensi kelima atau dimensi terakhir adalah *Emphaty* (Empati), dimensi ini ditunjukkan oleh kemampuan karyawan dan perusahaan dalam memberikan perhatian khusus pada pelanggan.

TINJAUAN PUSTAKA

A. Pengertian Komunikasi

Menurut Rogers (dalam Cangara, 2016:22) menjelaskan pengertian komunikasi:

“Komunikasi adalah proses dimana suatu ide dialikan dari sumber kepada satu penerima atau lebih, dengan maksud untuk megubah tingkah laku mereka.”

B. Komunikasi Organisasi

Adapun persepsi mengenai komunikasi organisasi menurut Redding dan Sanborn (dalam, Muhammad 2015:65) sebagai berikut:

“Komunikasi organisasi adalah pengiriman dan penerimaan informasi dalam organisasi yang kompleks. Yang termasuk dalam bidang ini adalah komunikasi internal, hubungan manusia, hubungan persatuan pengelola, komunikasi downward atau komunikasi dari atas ke bawah, komunikasi upward atau komunikasi dari bawahan ke atasan, komunikasi horizontal atau komunikasi dari orang-orang ke yang sama level/tingkatannya dalam organisasi, keterampilan berkomunikasi dan berbicara, mendengarkan, menulis, dan komunikasi evaluasi program.

C. Public Relations

Menurut M, Cutlip, dkk dalam bukunya “Effective Public Relations” (2011:8) definisi PR, yakni:

“*Public Relations* adalah fungsi manajemen yang menilai sikap-sikap publik, mengidentifikasi kebijakan-kebijakan dan prosedur-prosedur dari individu atau organisasi atas dasar kepentingan publik dan melaksanakan rencana kerja untuk memperoleh pengertian dan pengakuan publik.”

D. Strategi Public Relations

Menurut Adanputra (dalam Ruslan, 2014:115) dalam bukunya *Manajemen Public Relations* dan *Komunikasi strategi Public Relations* adalah:

“strategi *public relations* adalah alternatif optimal yang dipilih untuk ditempuh guna mencapai tujuan *public relations* dalam kerangka atau rencana *public relations* (*public relations plan*).”

E. Kualitas Pelayanan

Menurut Goetsch dan Davis (dalam, Hardiyansyah 2011:36) menyatakan bahwa:

“Kualitas pelayanan adalah sesuatu yang berhubungan dengan terpenuhinya harapan/kebutuhan pelanggan, dimana pelayanan dikatakan berkualitas apabila dapat menyediakan produk dan jasa (pelayanan) sesuai dengan kebutuhan dan harapan pelanggan.

F. Instalasi Rawat Jalan

Menurut Keputusan Menteri Kesehatan RI Tahun 2011 Instalasi

Rawat Jalan secara sederhana didefinisikan sebagai berikut:

“Instalasi Rawat Jalan meliputi prosedur terapik dan diagnostik serta pengobatan yang diberikan kepada pasien dalam lingkungan yang tidak membutuhkan rawat inap.”

G. Rumah Sakit

Menurut Peraturan Menteri Kesehatan Tahun 2010 Tentang Klasifikasi Rumah Sakit bahwa definisi rumah sakit adalah sebagai berikut:

“Rumah sakit adalah intitusi pelayanan kesehatan yang menyelenggarakan pelayanan kesehatan perorangan secara paripurna yang menyediakan pelayanan rawat inap, rawat jalan dan gawat darurat.”

H. Standar Akreditasi Internasional (*Joint Commision International*)

Menurut *Joint Comission International* bahwa Akreditasi Internasional Rumah Sakit adalah:

“Akreditasi adalah proses penilaian organisasi pelayanan kesehatan dalam hal ini rumah sakit utamanya rumah sakit non pemerintah, oleh lembaga akreditasi internasional berdasarkan standar internasional yang telah ditetapkan. Akreditasi disusun untuk meningkatkan keamanan dan kualitas pelayanan kesehatan. Akreditasi saat ini mendapat perhatian dari publik internasional karena merupakan alat pengukuran dan evaluasi kualitas pelayanan dan manajemen rumah sakit yang efektif.”

METODOLOGI PENELITIAN

Pendekatan Penelitian

Menurut Moeleng (2011:6) penelitian kualitatif adalah:

“Penelitian Kualitatif yang dimaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subyek penelitian misalnya, perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, secara holistik, dan dengan cara deskriptif dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan manfaat berbagai metode ilmiah.”

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif merupakan penelitian yang menggunakan penjelasan secara jelas, akurat dan nyata, dengan menggunakan wawancara di dalamnya, hal yang membedakan penelitian kualitatif dengan kuantitatif secara jelas yaitu, penelitian kualitatif tidak menggunakan angka-angka dan menggunakan penjelasan deskriptif secara jelas, karena metode penelitian ini menelaah lebih jauh penelitian yang akan diteliti.

Jenis Penelitian

Menurut Moleong (2011:11) penelitian yang bersifat kualitatif deskriptif adalah:

“Kualitatif deskriptif yaitu data yang dikumpulkan berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka-angka. Dalam laporan penelitian ini akan bersisi kutipan- kutipan data untuk memberi gambaran penyajian laporan tersebut. Data tersebut mungkin berasal dari naskah wawancara, catatan lapangan, foto, *videotape*,

dokumen pribadi, catatan atau memo, dan dokumen resmi lainnya.”

Penelitian deskriptif adalah sebuah jenis penelitian yang menyajikan data-data dalam bentuk tulisan atau kata-kata berdasarkan fakta-fakta yang didapat selama penelitian berlangsung. Penelitian ini juga menggambarkan hal-hal yang terjadi dalam proses penelitian.

Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode studi kasus. Menurut Kriyantono (2012:65) metode studi kasus diartikan sebagai berikut:

“Studi kasus adalah metode riset yang menggunakan berbagai sumber data (sebanyak mungkin data) yang digunakan untuk meneliti, menguraikan, dan menjelaskan secara komprehensif berbagai aspek individu, kelompok, suatu program, organisasi atau peristiwa secara sistematis. Karena itu, periset dapat menggunakan wawancara mendalam, observasi, bukti fisik, dan lainnya.”

Definisi Konsep

1. Strategi *Public Relations*

Strategi humas adalah strategi yang diarahkan untuk meningkatkan mekanisme komunikasi dua arah antara lembaga dengan sasaran humas agar hasil yang dicapai oleh lembaga dapat dikenal oleh sasaran humas, sehingga sasaran humas akan berpartisipasi aktif dalam mewujudkan tujuan lembaga. Langkah-langkah dalam menyusun strategi humas sebagai berikut:

FASE SATU: PENELITIAN FORMATIF

Langkah 1: Analisis situasi, yang meliputi manajemen isu, manajemen resiko dan manajemen krisis.

Langkah 2: Analisis Organisasi, yang berfokus kepada tiga aspek dalam organisasi, yaitu: lingkungan internal, persepsi publik dan lingkungan eksternal.

Langkah 3: Analisis Publik, yang meliputi tahap mendefinisikan publik, menganalisa karakteristik publik, mengidentifikasi publik, memilih publik kunci, menganalisa publik kunci dan mengidentifikasi karakteristik publik kunci.

FASE DUA: STRATEGI

Langkah 4: Menetapkan Tujuan dan Sasaran, yang meliputi proses menetapkan tujuan, positioning, dan sasaran.

Langkah 5: Merumuskan Strategi Aksi dan Respons, yaitu tahap menentukan strategi- strategi proaktif yang meliputi baik tindakan maupun komunikasi. Serta strategi respon yang meliputi antisipasi, serangan dan tanggapan defensif, pengalihan, rasa simpati, perilaku meluruskan dan strategi kelambanan.

Langkah 6: Menggunakan Komunikasi yang Efektif, yaitu menggunakan model informasi yang berfokus kepada isi dan media komunikasi, diantaranya: model persuasi (tetapi bukan propaganda) yang bertujuan untuk mempengaruhi orang-

FASE TIGA: TAKTIK

Langkah 7: Memilih Taktik Komunikasi, yang meliputi strategi komunikasi konvensional, menentukan kategori strategi komunikasi, serta penggunaan teknik komunikasi interpersonal.

Langkah 8: Menerapkan Rencana Strategis, dengan memperhatikan pola pengulangan dalam penyampaian

pesan, yaitu: terus- menerus, ledakan, menggetarkan dan pengumpulan.

FASE EMPAT:
PENELITIAN EVALUATIF

Langkah 9: Mengevaluasi Rencana Strategis, yang dilakukan dengan tiga macam desain penelitian yang menjadi jawaban atas pertanyaan mengenai kapan waktu yang tepat untuk melakukan evaluasi, yaitu: penelitian hanya saat sesudah, penelitian sebelum dan sesudah, serta penelitian untuk mengontrol sebelum dan sesudah.

2. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah totalitas dari kemampuan pihak penyelenggara pelayanan dalam memberikan layanan akan produk (barang atau jasa) maupun layanan administrasi kepada pelanggan/masyarakat yang dapat memenuhi kebutuhan dan dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan berdasarkan kesesuaian dengan harapan dan kenyataan yang diterima oleh pelanggan/ masyarakat. Dimensi utama sebagai penentu kualitas pelayanan jasa dalam pelayanan yang baik diantaranya:

1. *Reliability* (kemampuan), yaitu kemampuan untuk memberikan pelayanan yang sesuai dengan janji yang ditawarkan
2. *Responsiveness* (kesigapan), respon atau kesigapan dalam membantu pelanggan dengan memberikan layanan cepat, tepat dan tanggap serta mampu menangani keluhan para pelanggan dengan baik
3. *Assurance* (jaminan), kemampuan karyawan tentang pengetahuan dan informasi suatu produk yang ditawarkan dengan baik, keramah-tamahan,

perhatian dan kesopanan dalam memberikan jaminan pelayanan yang terbaik, dengan unsur-unsur:

4. *Emphaty* (empati) merupakan perhatian secara individual yang diberikan kepada pelanggan dan berusaha untuk memahami keinginan dan kebutuhan, serta mampu menangani keluhan pelanggan secara baik dan tepat. Dengan unsur-unsur:
5. *Tangibles* (kenyataan), kenyataan yang berhubungan dengan penampilan fisik gedung, ruang *office lobby* atau *front office* yang representatif, kebersihan dan kerapian, aman dan kenyamanan di lingkungan jasa yang disediakan dipelihara secara baik.

Unit Analisis

Unit analisis berguna untuk membantu pelaksanaan wawancara sebagai bahan dalam membuat penelitian. Dengan demikian, peneliti mengambil hal yang dapat dikaitkan dari penelitian menjadi unit analisis. Sebagai berikut:

- 1) **Tempat** : RSUP Persahabatan Jakarta
- 2) **Sumber** : Kepala Humas RSUP Persahabatan, Koordinator *Customer Care* RSUP Persahabatan, Pasien rawat jalan Umum dan Griya Puspa RSUP Persahabatan, dan Pasien yang berobat di Luar Negeri.
- 3) **Aktivitas** : Strategi Humas Dalam Meningkatkan Pelayanan Pasien Rawat Jalan

Teknik Pengumpulan Data

A. Data Primer

Menurut Kriyantono (2012:41) menjelaskan data primer adalah data yang diperoleh dari sumber data pertama atau tangan pertama di lapangan.

Data primer dapat berbentuk opini subjek secara individual atau kelompok, dan hasil observasi terhadap karakteristik benda, kejadian, kegiatan dan hasil pengujian tertentu. Dalam melakukan hal ini, peneliti melakukan penelitian untuk memperoleh data primer melalui:

a. Observasi

Observasi disini diartikan sebagai kegiatan mengamati secara langsung tanpa media atau sesuatu objek untuk melihat dengan dekat kegiatan yang dilakukan oleh objek tertentu.

b. Wawancara

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data dalam penelitian ini karena peneliti harus mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam sebagai data yang akurat dan terpercaya mengenai pertanyaan penelitian.

B. Data Sekunder:

Data sekunder adalah sumber data yang diperoleh dengan cara membaca, mempelajari dan memahami melalui media lain yang bersumber dari literatur, buku-buku, serta dokumen perusahaan. (Sugiyono 2012; 141). Berikut adalah beberapa data sekunder yang peneliti gunakan dalam pembuatan hasil penelitian ini:

a. Studi Pustaka

Dalam teknik pengambilan data yang diperoleh sumber lain untuk

menguatkan laporan penelitian ini adalah studi kepustakaan. Studi kepustakaan dilakukan agar hasil laporan lebih terarah secara sistematis dan terstruktur.

b. Dokumentasi

Metode ini dilakukan dengan tujuan untuk dijadikan sebagai hasil penunjang dari penelitian dalam upaya memperoleh informasi-informasi sebagai data sekunder.

c. Company Profile

Peneliti menggunakan *company profile* objek penelitian, yang dimaksud objek penelitian adalah *company profile* pada RSUP Persahabatan

<https://rsuppersahabatan.co.id>

Penentuan Key Informant dan Informant

1. Key Informant

Nama : Eryuniyanti S. Sos

Posisi : Kepala Humas RSUP Persahabatan

Alasan : Peneliti memilih beliau sebagai *key informant* karena beliau merupakan tenaga yang berpengalaman dalam melaksanakan kegiatan Humas yang merupakan kegiatan sehari-hari dilakukan baik untuk memajukan kredibilitas serta kualitas kegiatan organisasi, sehingga beliau layak untuk menjadi *key informant* dalam penelitian ini.

2. Key Informant II

Nama : Normansyah S. Kom

Posisi : Koordinator *Customers Care* RSUP Persahabatan

Alasan : Peneliti memilih beliau sebagai informant karena beliau adalah salah satu staf yang berperan penting di organisasi dalam mengimplementasikan kegiatan pelayanan pada pasien dan terlibat langsung dalam seluruh kegiatan di RSUP Persahabatan.

3. Informan I

Nama : Evi Ratnasari

Posisi : Pasien Rawat Jalan Umum Poli Klinik Kulit dan Kelamin RSUP Persahabatan

Alasan : Narasumber ini dipilih karena merupakan bagian dari pasien rawat jalan RSUP Persahabatan, sehingga peneliti ingin mendapatkan informasi dari sudut pandang seseorang pasien RSUP Persahabatan.

4. Informan II

Nama : M. Bar

Posisi : Pasien Rawat Jalan Griya

Puspa Spesialis Kulit dan Kelamin RSUP Persahabatan

Alasan : Narasumber ini dipilih karena merupakan bagian dari pasien rawat jalan di RSUP Persahabatan, sehingga peneliti ingin mendapatkan informasi dari sudut pandang seseorang pasien RSUP Persahabatan.

5. Informan III

Nama: Agus William

Posisi: Pasien yang pernah berobat di luar negeri dan berobat di RSUP Persahabatan

Alasan: Narasumber ini dipilih karena merupakan bagian dari pasien rawat jalan RSUP Persahabatan dan juga

pasien yang pernah berobat di luar negeri, sehingga peneliti ingin mendapatkan informasi dari sudut pandang seseorang pasien tersebut.

6. Informan IV

Nama: Muhamad Syahroni

Posisi: : Pasien Rawat Jalan Umum Poli Klinik Mata RSUP Persahabatan

Alasan: Narasumber ini dipilih karena merupakan bagian dari pasien rawat jalan RSUP Persahabatan, sehingga peneliti ingin mendapatkan informasi dari sudut pandang seseorang pasien RSUP Persahabatan.

7. Informan V

Nama: Yayah

Posisi: Pasien Rawat Jalan Griya Puspa Spesialis Penyakit Dalam RSUP Persahabatan

Alasan : Narasumber ini dipilih karena merupakan bagian dari pasien rawat jalan di RSUP Persahabatan, sehingga peneliti ingin mendapatkan informasi dari sudut pandang seseorang pasien RSUP Persahabatan.

8. Informan VI

Nama: Rianida Sitonga

Posisi: Pasien yang pernah berobat di luar negeri dan berobat di RSUP Persahabatan

Alasan: Narasumber ini dipilih karena merupakan bagian dari pasien rawat jalan RSUP Persahabatan dan juga pasien yang pernah berobat di luar negeri, sehingga peneliti ingin mendapatkan informasi dari sudut pandang seseorang pasien tersebut.

Teknik Analisis Data

Menurut Bogdan dalam (Sugiyono 2011: 88) menyatakan bahwa analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lainnya, sehingga dapat mudah dipahami, dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain.

Kegiatan analisis data dalam penelitian ini, dimulai dengan menelaah seluruh data yang terkumpul, baik data primer maupun data sekunder. Setelah itu hasil dari masing-masing fenomena yang telah dianalisis, lalu akan dibandingkan dengan teori-teori yang terdapat dalam buku-buku referensi yang pada akhirnya akan didapatkan kesimpulan dari permasalahan.

Teknik Keabsahan Data

Untuk mendapatkan keabsahan data, diperlukan teknik pemeriksaan. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik triangulasi sumber. Penggunaan teknik triangulasi sumber, yakni dengan cara membandingkan data informasi dari sumber yang berbeda yaitu *key informant* dan *informant*.

Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada bulan bulan 10 Desember 2019 s/d 10 Januari 2020, peneliti melakukan penelitian bertempat di Rumah Sakit Umum Pusat Persahabatan Jakarta. Yang beralamat Jl. Persahabatan Raya No. 1 Pisangan Timur, Pulogadung Jakarta Timur. *Telephone:* (021) 4891708, 4891745. www.rsupersahabatan.co.id.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Analisis data yang peneliti lakukan adalah berdasarkan pernyataan para key informan dan informan. Keseluruhan pernyataan yang disampaikan oleh para key informan dan informan menjadi sesuatu yang penting untuk dianalisa.

Adapun langkah-langkah yang digunakan dalam menyusun strategi humas di RSUP Persahabatan sebagai berikut:

1. Analisa Situasi

Peneliti dapat menyimpulkan bahwa bentuk situasi yang dihadapi humas RSUP Persahabatan dalam meningkatkan pelayanan salah satunya adalah menangani keluhan/komplain dari pasien dan keluarga pasien, keluhan tersebut akan humas respon secepat mungkin sesuai dengan prosedur yang berlaku pada RSUP Persahabatan. Selain itu hambatan humas RSUP Persahabatan dalam meningkatkan pelayanan tidak hanya ada pada instalasi humas saja tetapi humas harus dibantu dengan semua unit yang ada di dalam RSUP Persahabatan sehingga akan memberikan pencitraan yang baik.

2. Menentukan Strategi

Setelah melakukan analisa terhadap publiknya, langkah selanjutnya yang dilakukan humas adalah langkah dimana humas fokus terhadap tujuan yang ingin dicapai oleh lembaga. Bentuk strategi yang dilakukukan humas RSUP Persahabatan sangat beragam mulai dari pendekatan secara individu kepada pasien maupun dengan pendekatan edukasi kepada pasien

untuk memberikan pelayanan yang memuaskan. Berikut bentuk strategi Humas RSUP Persahabatan dalam meningkatkan pelayanan: memperkenalkan kemasyarakat luas dan ke perusahaan-perusahaan dengan menawarkan promo-promo menarik seperti medical check up Hallo Pasien, Customers Care, TV Edukasi, dan PKRS (promosi kesehatan rumah sakit).

Strategi humas dalam Hallo Pasien diatas termasuk ke dalam *service quality* yang berhubungan dengan praktek kerja humas di RSUP Persahabatan dalam meningkatkan kualitas dari setiap pelayanan agar mencapai kepuasan pelanggan pada pasien di RSUP Persahabatan yaitu dengan menggunakan Teori *Servqual*:

a. Tangibles

Peneliti mengambil sebuah kesimpulan mengenai dimensi *tangibles* bahwa pasien yang berobat di RSUP Persahabatan merasa cukup puas dengan penampilan gedung dan fasilitas penunjang lainnya yang ada di RSUP Persahabatan mulai dari toilet yang bersih, ruang tunggu yang nyaman, kerapian berpakaian petugas rumah sakit serta mengenai kelengkapan alat-alat medis yang tersedia di RSUP Persahabatan juga sudah cukup memadai.

b. Assurance

peneliti mendapatkan sebuah kesimpulan pada pasien yang berobat di RSUP Persahabatan sudah sangat puas mengenai diagnosa suatu penyakit pada pasien dan penguasaan informasi yang mampu menjawab kebutuhan pasien sehingga tim medis sangat komunikatif dengan hal tersebut maka informasi yang

disampaikan sangat mudah di pahami oleh pasien maupun keluarga pasien.

c. Reliability

Dapat di tarik sebuah kesimpulan mengenai dimensi *reliability* pada pasien yang berobat di RSUP Persahabatan. RSUP Persahabatan sudah memberikan pelayanan sesuai dengan janji yang ditawarkan atau dijanjikan dimana pasien yang berobat ke rumah sakit ini tidak merasa kesulitan untuk melakukan pengobatan di rumah sakit ini.

d. Responsiveness

Peneliti mengambil sebuah kesimpulan mengenai dimensi *responsiveness* pada RSUP Persahabatan dalam memberikan pelayanan kepada pasien, dimana beberapa informant menyatakan bahwa pelayanan tim medis ataupun petugas RSUP Persahabatan sangat cepat dan sigap dalam melayani pasien sehingga para pasien maupun keluarga pasien yang berobat di RSUP Persahabatan jarang sekali melakukan keluhan.

e. Emphaty

Peneliti mengambil sebuah kesimpulan mengenai dimensi *Emphaty* dalam memberikan perhatian khusus pada pasien RSUP Persahabatan sikap tim medis dan petugas rumah sakit sudah cukup baik dalam melayani pasien yakni bersikap sabar, ramah, dan tanggungjawab terhadap pasien.

3. Taktik Komunikasi

Peneliti mengambil kesimpulan bahwa humas mengetahui siapa yang menjadi target publiknya dan mempertimbangkan beberapa

elemen komunikasi yang efektif untuk berbicara dengan publiknya. Humas RSUP Persahabatan dalam mengkomunikasikan pesan dan informasi untuk meningkatkan pelayanan melakukan pelatihan-pelatihan untuk tim medis dan petugas yang bekerja di RSUP Persahabatan. Sedangkan target humas RSUP Persahabatan dalam menentukan target yang dituju untuk publikasi dalam menyebarkan program serta memberikan informasi kepada pasien dimana seluruh masyarakat umum menjadi target segementasi RSUP Persahabatan agar mereka bisa ikut berpartisipasi langsung dalam program atau kegiatan yang RSUP Persahabatan selenggarakan.

4. Evaluasi

Peneliti mendapatkan kesimpulan bahwa cara humas RSUP Persahabatan dalam mengukur efektifitas program yang dijalankan dalam meningkatkan pelayanan. Bahwa hasil evaluasi dari strategi humas yang dilaksanakan dalam meningkatkan pelayanan pada RSUP Persahabatan hasilnya sudah berjalan sesuai dengan yang di inginkan, sehingga dengan adanya strategi tersebut semakin meningkatnya kunjungan pasien ke RSUP Persahabatan dan memberikan pelayanan yang *excellent*.

Pembahasan

RSUP Persahabatan sebagai salah satu institusi sosial yang bergerak di sektor jasa memiliki rasa saling ketergantungan dengan masyarakat. Rumah Sakit ada karena memang dibutuhkan oleh masyarakat. Masyarakat menyadari arti penting keberadaan suatu Rumah Sakit bagi

pemenuhan kebutuhan kesehatan mereka. Sebaliknya, tanpa masyarakat sebagai konsumennya, maka sebuah rumah sakit tidak akan dapat melangsungkan keberadaannya mengingat semakin kompetitifnya persaingan bisnis di sektor ini. Seiring dengan kemajuan dari kemajuan dan perkembangan teknologi serta kompleknya masalah yang dihadapi oleh rumah sakit. RSUP Persahabatan semakin menyadari arti pentingnya humas yang dapat menjadi alat bagi rumah sakit untuk membina hubungan yang harmonis antara publik dengan pihak rumah sakit itu sendiri, serta untuk menciptakan *image* yang baik bagi rumah sakit yang pada akhirnya dapat menjamin kelangsungan hidup suatu rumah sakit.

Sebagai suatu pendukung manajemen dalam upaya menjaga hubungan baik dengan publik internal dan eksternal, tugas humas pun harus bisa menangani permasalahan-permasalahan dan konflik yang terjadi baik internal maupun eksternal. Dari hasil pengamatan oleh peneliti, dapat diketahui bahwa langkah-langkah yang digunakan humas RSUP Persahabatan dalam menyusun strategi perencanaan menggunakan analisa situasi, strategi, taktik komunikasi, dan evaluasi.

Seorang praktisi humas memiliki kemampuan tinggi untuk mengamati, menganalisa, serta mempelajari keinginan konsumen dan dapat mengevaluasi problematika dalam penyelesaian masalah yang berhubungan dengan aspirasi publik sasaran. Analisa situasi dapat bersifat positif atau negatif hal tersebut dapat diidentifikasi sebagai peluang atau hambatan. Jika humas melihat situasi dari sisi positif maka dapat memberi

peluang/keuntungan yang potensial kepada perusahaan dan publik. Pada analisa situasi yang dihadapi humas dalam meningkatkan pelayanan di RSUP Persahabatan peluang yang dimiliki cukup besar karena rumah sakit ini sebagai rumah sakit rujukan respirasi nasional sehingga kepercayaan terhadap rumah sakit ini begitu baik dengan adanya sertifikasi nasional dan internasional. Namun hambatan yang dihadapi humas RSUP Persahabatan berupa masih belum maksimalnya pelayanan yang diberikan oleh SDM sehingga masih ada pasien yang komplain mengenai kecepatan dokter pada saat memeriksa, dan lamanya waktu tunggu pasien. Hambatan tersebut merupakan peluang bagi humas untuk dapat memberikan kepuasan terhadap pasien sehingga dapat meningkatkan kualitas pelayanan yang *excellent*.

Setelah melakukan analisa situasi, langkah selanjutnya yang dilakukan humas adalah menentukan strategi atau langkah dimana humas fokus terhadap tujuan yang ingin dicapai oleh lembaga. Yaitu dengan berlomba-lomba untuk meningkatkan pelayanan pada setiap pasien diantaranya dengan meningkatkan kualitas SDM, fasilitas gedung dan ruangan kamar inap pasien, serta peralatan medis yang canggih dan mutakhir, termasuk perawatan medis dengan memberikan pelayanan terbaik yang didukung oleh tenaga profesional serta tenaga ahli yang berpengalaman. Dalam hal ini Humas berperan aktif dalam memberikan informasi kepada masyarakat tentang pelayanan yang diberikan di RSUP Persahabatan sehingga masyarakat yang membutuhkan pertolongan medis, tidak akan ragu untuk memilih RSUP Persahabatan sebagai tempat untuk melakukan pengobatan.

Adapun strategi yang dilakukan oleh Humas dalam meningkatkan pelayanan di RSUP Persahabatan diantaranya sebagai berikut:

1. Memberikan Pelayanan Yang Memuaskan

Menurut humas RSUP Persahabatan, pada dasarnya produk dari suatu rumah sakit dengan rumah sakit lainnya adalah sama, namun bagaimana caranya agar RSUP Persahabatan terlihat berbeda adalah dengan cara mengemas produk tersebut lain dari pada yang lainnya. Salah satu caranya adalah dengan meningkatkan kualitas pelayanan sesuai dengan program rumah sakit yaitu "Peningkatan Pelayanan Rumah Sakit". Dimana RSUP Persahabatan berusaha memberikan kualitas pelayanan yang prima, dan lebih mendekatkan diri kepada pasien. Memberikan pelayanan yang memuaskan diwujudkan dalam bentuk:

a) Hallo Pasien.

Program hallo pasien ini dilakukan untuk lebih mendekatkan diri terhadap pasien. Dengan cara menyapa pasien baik pasien rawat jalan maupun pasien rawat inap, dimana dengan adanya program hallo pasien ini bertujuan untuk menggali harapan atau kebutuhan pasien mengenai pelayanan. Sehingga humas dapat menggali apa harapan pasien dengan demikian hal tersebut menjadi koreksi atau perbaikan mana yang belum baik itu akan diperbaiki dan mana yang sudah baik akan ditingkatkan kembali.

b) Customer Care

Customer care adalah petugas yang bertugas di garda depan dan berhadapan langsung dengan pelanggan. Secara umum tugas *customer care* adalah untuk

memberikan informasi yang sejelas-jelasnya, serta menanggapi keluhan bagi pasien. Oleh karena itu diharapkan petugas *Customers Care* selalu memberikan kesan yang menarik dengan memberikan salam, senyum, sapa pada pasien.

Membangun Hubungan dengan Publik Luar Organisasi

Keberhasilan suatu organisasi tidak dapat dipisahkan dari publik luar organisasi tersebut. Untuk itu seorang humas juga harus dapat membangun hubungan dengan publik luar organisasinya. Dimana salah satu strategi humas adalah mengadakan kontak sosial dengan masyarakat tertentu, guna menciptakan dan menjaga hubungan baik. Untuk itu seorang humas harus dapat membangun dan menjaga hubungan baik dengan masyarakat atau organisasi strategis sesuai dengan kebutuhan organisasinya. Strategi yang digunakan humas RSUP Persahabatan dalam membangun hubungan dengan publik luar organisasinya adalah sebagai berikut:

a) Melakukan kerjasama dengan organisasi atau komunitas kesehatan. Menjalin hubungan atau kerjasama dengan organisasi/komunitas-komunitas kesehatan sangat diperlukan sebuah rumah sakit untuk meningkatkan mutu pelayanan. Manfaat yang diperoleh dari menjalin hubungan dengan organisasi/komunitas-komunitas kesehatan adalah apabila RSUP Persahabatan mengadakan kegiatan-kegiatan tertentu maka organisasi/komunitas tersebut dapat membantu mengumpulkan masa. Manfaat lainnya adalah apabila ada anggota dari organisasi/komunitas tersebut membutuhkan pertolongan medis maka mereka akan datang ke RSUP Persahabatan. Upaya yang

dilakukan untuk menjalin terciptanya hubungan tersebut adalah dengan melakukan kegiatan pameran, *gathering*, *talk show* antara dokter RSUP Persahabatan dengan anggota organisasi.

b) Kunjungan ke instansi-instansi tertentu, juga merupakan salah satu bentuk membangun hubungan dengan publik luar. Kunjungan ke instansi-instansi atau perusahaan-perusahaan merupakan bentuk atau cara humas untuk memperkenalkan diri ke publik luar. Dalam kegiatan kunjungan ini, dilakukan kegiatan *talk show* kesehatan oleh dokter dari RSUP Persahabatan, selain kegiatan *talk show* kesehatan pihak dari RSUP Persahabatan juga melakukan penawaran untuk *Medical Check Up* (MCU) bagi karyawan di perusahaan atau instansi tersebut.

3. Membangun Hubungan baik dengan Pasien

Membangun hubungan baik serta komunikasi terbuka dengan pasien adalah bagian dari upaya mempertahankan kualitas hubungan relasi antara pasien dengan pihak rumah sakit. Hal ini sangat penting untuk memperkuat kepercayaan diantara keduanya. Untuk itu seorang humas juga harus dapat membangun hubungan baik dengan pasien atau pelanggan. Dimana salah satu strategi humas adalah guna menciptakan dan menjaga hubungan baik. Untuk itu seorang humas harus dapat membangun dan menjaga hubungan baik dengan pasien ataupun keluarga pasien. Strategi yang digunakan humas RSUP Persahabatan dalam membangun hubungan baik pasien adalah sebagai berikut:

a) Menghibur Pasien

1. Bazaar dan panggung hiburan di RSUP Persahabatan

Pihak humas dan manajemen RSUP Persahabatan selalu mengadakan hiburan di sela-sela sengangnya pekerjaan dengan tujuan untuk mendekatkan pihak rumah sakit pada pasien maupun keluarga pasien yang sedang antri di lobby rawat jalan. Kegiatan ini diadakan khusus guna meningkatkan rasa kebersamaan antara RSUP Persahabatan dan masyarakat.

2. Memperingati Hari-Hari Besar Nasional

Pihak Humas dan pihak manajemen RSUP Persahabatan juga mengadakan peringatan hari-hari besar nasional maupun memperingati hari besar kesehatan nasional seperti memperingati apresiasi kasih sayang hari ibu, *World Cancer Day*, memperingati hari Penyakit Paru Obstruktif Kronis, dan berbagai macam kegiatan guna untuk memberikan semangat dalam berjuang melawan penyakit kepada pasien RSUP Persahabatan.

4. Melakukan Komunikasi Melalui Media

Dalam melaksanakan tugasnya, humas dituntut untuk mampu melakukan komunikasi dengan baik, oleh karena itu humas harus mampu memilih media komunikasi yang efektif agar tujuan-tujuan yang telah ditentukan dapat dicapai. Salah satu tujuan yang harus dicapai oleh humas adalah untuk memperkenalkan rumah sakit kepada masyarakat luas. Untuk dapat mencapai tujuan ini maka diperlukan media-media tertentu. Media yang dipilih adalah sebagai berikut:

a) Melakukan siaran di radio

Siaran di Radio ini juga dilakukan oleh Humas RSUP Persahabatan untuk semakin mengangkat nama RSUP Persahabatan. Karena siaran Radio

juga perlu dilakukan agar masyarakat yang tetap bisa mengetahui informasi mengenai masalah kesehatan bersama para dokter RSUP Persahabatan melalui siaran radio.

b) Melakukan komunikasi melalui media cetak dan internet.

Internet merupakan revolusi komunikasi yang sangat luas, dunia digital telah merubah komunikasi di dalam organisasi, internet merupakan jalur komunikasi bebas hambatan. Oleh karena itu penggunaan media internet cukup efektif dalam mencapai tujuan yang telah ditentukan. RSUP Persahabatan menyampaikan komunikasi kepada pasien melalui media cetak maupun media internet seperti *website* RSUP Persahabatan, akun *facebook* RSUP Persahabatan, akun *twitter* RSUP Persahabatan, akun *Instagram* RSUP Persahabatan, akun *YouTube* RSUP Persahabatan serta pencetakan *booklet*.

5. Proses Edukasi

Proses Edukasi ini adalah dalam rangka meningkatkan pengetahuan dan wawasan bagi pasien dan keluarga pasien mengenai kesehatan dan upaya pencegahan dari berbagai macam penyakit. Adapun proses edukasi pada RSUP Persahabatan sebagai berikut:

a) Tv Edukasi

Tv edukasi RSUP Persahabatan adalah media visual bagi pengguna layanan rumah sakit untuk mendapatkan informasi tentang kesehatan. Sehingga tujuan dari adanya Tv Edukasi ini adalah dalam rangka meningkatkan pengetahuan dan wawasan bagi pasien dan keluarga pasien mengenai kesehatan, serta Tv Edukasi terletak di tiap ruang tunggu poli klinik yang ada di RSUP Persahabatan.

b) PKRS (Promosi Kesehatan Rumah Sakit)

Promosi Kesehatan Rumah Sakit adalah program-program kesehatan yang dirancang untuk membawa perbaikan di dalam masyarakat maupun dalam organisasi dan lingkungannya sebagai proses untuk meningkatkan kemampuan masyarakat dalam memelihara dan meningkatkan kesehatannya.

Selanjutnya setelah humas menentukan strategi dalam meningkatkan pelayanan, langkah selanjutnya humas masuk kedalam langkah memilih dan menentukan komunikasi efektif dengan mengidentifikasi publiknya. Humas harus mengetahui siapa publiknya dan mempertimbangkan beberapa elemen komunikasi yang efektif untuk berbicara dengan publiknya. Komunikasi efektif di rumah sakit dapat menciptakan saling memahami antara pasien dan pemberian pelayanan kesehatan sehingga pasien dapat beradaptasi secara efektif selama penanganan mulai dari masuk rumah sakit sampai keluar rumah sakit.

Pada analisa taktik komunikasi yang dihadapi humas dalam meningkatkan pelayanan di RSUP Persahabatan, dimana dalam mengkomunikasikan pesan dan informasi untuk meningkatkan pelayanan tersebut RSUP Persahabatan melakukan pelatihan-pelatihan untuk tim medis dan petugas yang bekerja di RSUP Persahabatan untuk melakukan komunikasi yang efektif dengan pasien sebagai langkah dalam meningkatkan pelayanan. Setelah menentukan komunikasi efektif, humas memilih taktik komunikasi yang sesuai untuk menunjang kinerja humas dengan cara menganalisa

karakteristik lawan bicara, sehingga dapat mengetahui siapa lawan bicaranya dan apa yang akan dibicarakan. Dengan menggunakan taktik komunikasi yang efektif dalam menunjang kinerja humas. Publikasi juga menjadi salah satu penentu baik buruknya citra dari sebuah lembaga. Humas RSUP Persahabatan melakukan jenis publikasi dalam menyebarluaskan program dan untuk memberikan informasi dalam meningkatkan pelayanan melalui media cetak, media elektronik, dan media sosial. Target humas dalam menyebarluaskan program serta memberikan informasi agar terjadinya komunikasi yang efektif untuk mencapai suatu tujuan yang diinginkan segmentasinya adalah semua masyarakat umum dari kelas menengah ke atas sampai ke kelas menengah kebawah sehingga hal tersebut menjadi penunjang bagi kinerja humas dalam meningkatkan pelayanan.

Setelah melakukan program kerja seperti, analisa situasi, menentukan strategi, menentukan taktik komunikasi. Langkah selanjutnya adalah mengukur efektifitas atau keberhasilan program kerja tersebut untuk mencapai tujuan yang ingin dicapai.

Pada analisa evaluasi di RSUP Persahabatan dalam meningkatkan pelayanan hasil evaluasi dari strategi humas yang dilaksanakan dalam meningkatkan pelayanan hasilnya sudah baik karena dengan strategi tersebut semakin meningkatnya kunjungan pasien ke RSUP Persahabatan serta RSUP Persahabatan juga berusaha untuk melakukan perbaikan-perbaikan agar menjadi yang terbaik dalam memberikan pelayanan kepada pasien selain itu humas RSUP Persahabatan

juga terbuka terhadap kritik dan saran dari pasien untuk mendapat masukan terhadap pelayanan yang lebih baik lagi serta humas juga melakukan pengamatan langsung kepada pasien sehingga hal tersebut sangat berdampak terhadap peningkatan pelayanan untuk menjaga kualitas dan menjaga reputasi RSUP Persahabatan.

Setelah menentukan program kerja humas bahwa setiap humas harus memahami tugas dan fungsinya demi mendapatkan hasil yang diinginkan oleh instansi. Begitu pula dengan humas RSUP Persahabatan untuk membangun citra yang positif dari rumah sakit salah satunya dengan menjalankan fungsi pelayanan humas. Merujuk pada teori *servqual* mengenai bagaimana memaksimalkan kualitas dari setiap pelayanan. Pelayanan yang dimaksud berarti pelayanan yang diberikan dari pasien datang hingga pasien selesai menjalani pengobatan di RSUP Persahabatan.

Berkaitan dengan hasil wawancara yang dilakukan peneliti selama mencari data dan informasi berkaitan dengan penelitian ini dengan Key Informant dan Informant dengan melakukan wawancara berkaian dengan judul penelitian yang diangkat, peneliti dapat menarik sebuah kesimpulan jika humas RSUP Persahabatan telah menjalankan strateginya dengan Teori *Servqual* yang merupakan teori dalam penelitian ini. Dengan mengimpelentasikan teori *servqual* ini humas RSUP Persahabatan dapat memaksimalkan kualitas dari setiap pelayanan yaitu dimensi *tangibles* dimana pasien sudah merasa cukup puas dengan penampilan gedung dan fasilitas penunjang lainnya yang ada di RSUP Persahabatan mulai dari toilet yang bersih, ruang tunggu yang

nyaman, kerapian berpakaian petugas rumah sakit serta mengenai kelengkapan alat-alat medis yang tersedia di RSUP Persahabatan juga sudah cukup memadai. Selanjutnya dimensi *assurance* pada pasien yang berobat di RSUP Persahabatan sudah sangat puas mengenai diagnosa suatu penyakit pada pasien dan penguasaan informasi yang mampu menjawab kebutuhan pasien sehingga tim medis sangat komunikatif dengan hal tersebut maka informasi yang disampaikan sangat mudah di pahami oleh pasien maupun keluarga pasien.

Kemudian dimensi *reliability* pada pasien yang berobat di RSUP Persahabatan bahwa rumah sakit tersebut sudah memberikan pelayanan sesuai dengan janji yang ditawarkan atau dijanjikan dimana pasien yang berobat ke rumah sakit ini tidak merasa kesulitan untuk melakukan pengobatan di rumah sakit ini. Selain itu dimensi *responsiveness* pada RSUP Persahabatan dalam memberikan pelayanan kepada pasien, dimana beberapa informant menyatakan bahwa pelayanan tim medis ataupun petugas RSUP Persahabatan sangat cepat dan sigap dalam melayani pasien sehingga para pasien maupun keluarga pasien yang berobat di RSUP Persahabatan jarang sekali melakukan keluhan. Yang terakhir dimensi *Emphaty* mengenai perhatian khusus pada pasien RSUP Persahabatan sikap tim medis dan petugas rumah sakit sudah cukup baik dalam melayani pasien yakni bersikap sabar, ramah, dan tanggungjawab terhadap pasien.

Dengan adanya kesan serta tanggapan yang positif dari pasien yang berobat di RSUP Persahabatan berdampak pada timbulnya *trust/kepercayaan* masyarakat terhadap RSUP Persahabatan sehingga sangat

berdampak terhadap peningkatan pelayanan untuk menjaga kualitas dan menjaga reputasi RSUP Persahabatan.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisa dan pembahasan yang telah peneliti uraikan, maka peneliti memperoleh beberapa kesimpulan, antara lain:

RSUP Persahabatan sudah menjalankan strategi humas dengan baik. Dengan menjalankan strategi perencanaan humas RSUP Persahabatan menggunakan analisa situasi, menentukan strategi, menentukan taktik komunikasi, dan evaluasi yang semata-mata dijalankan untuk membangun citra yang positif dari rumah sakit salah satunya dengan menjalankan fungsi pelayanan humas merujuk pada Teori *Servqual* mengenai bagaimana memaksimalkan kualitas dari setiap pelayanan untuk meningkatkan kualitas pelayanan pada pasien rawat jalan di RSUP Persahabatan.

Dari adanya strategi perencanaan dan Teori *Servqual* ini dalam kegiatan-kegiatan yang di implementasikan oleh humas RSUP Persahabatan mampu meningkatkan kualitas pelayanan pada pasien. Kegiatan-kegiatan yang dilakukan dengan membuat program halo pasien untuk menggali harapan atau kebutuhan pasien mengenai pelayanan, *customer care* untuk memberikan informasi yang sejelas-jelasnya mengenai fasilitas yang ada di RSUP Persahabatan serta menanggapi keluhan pasien dengan cepat dan tepat, Melakukan kerjasama dengan organisasi atau komunitas kesehatan, Kunjungan ke instansi-instansi untuk menawarkan medical *check up* dan untuk memperkenalkan

diri ke publik luar, Melakukan Komunikasi Melalui Media seperti siaran radio kesehatan serta melakukan komunikasi melalui media cetak dan internet, selain itu melakukan Proses Edukasi dalam rangka meningkatkan pengetahuan dan wawasan bagi pasien dengan adanya Tv Edukasi dan Promosi Kesehatan Rumah Sakit.

Berkaitan dengan hambatan yang ada pada RSUP Persahabatan bentuk situasi dalam meningkatkan pelayanan masih adanya keluhan atau komplain dari pasien mengenai kecepatan dokter pada saat memeriksa, waktu tunggu atau persyaratan pada proses pendaftaran.

DAFTAR PUSTAKA

- Arni. Muhammad. 2015. *Komunikasi Organisasi*. Cetakan ke 14. Jakarta; Bumi Aksara.
- Cutlip, Scoot M., Allen H. Center, dan Glen M. Broom. 2011. *Effective Public Relations*, Edisi Kesembilan. Jakarta: Kencana.
- Cangara, Hafied. 2016. *Komunikasi Politik Teori, Konsep dan Strategi*. Edisi Revisi 2016. Jakarta: Rajawali pers
- Fandy Tjiptono, dan Gregorius Chandra. 2016. *Service, Quality & Satisfaction*. Edisi 4. Yogyakarta. Andi.
- Hardiansyah. 2011. *Kualitas Pelayanan Publik*. Yogyakarta: Gava Media
- Kriyantono, Rachmat 2012. *Public Relations & Crisis Management: Pendekatan Critical Public Relations Etnografi Kritis & Kualitatif*. Jakarta: Kencana
- Moleong, L.J. 2011. *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Ruslan, Rosady. 2014. *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Smith, Ronald D. 2013. *Strategic Planning for Public Relations*. Five Edition . New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, Inc
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- _____. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta